

# سیاست‌گذاری در صنعت خودرو

سخنران:

دکتر سید فرشاد فاطمی (عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی شریف)

اعضای پنل:

سعید مدنی (مدیر عامل اسبق سایپا)

محمد رضا شیخ عطار (مدیر توسعه صنایع ریلی و خودرو سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران)

میلاذ بیگی (پژوهشگر مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی)

دبیر جلسه:

دکتر علی متوسلی (عضو هیئت علمی موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی)

۱۴۰۰/۰۹/۱۵

مطالب مندرج در این گزارش منحصرآ گفته‌های سخنرانان است و به هیچ‌وجه منعکس‌کننده نظر موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی نیست.



## نکات اصلی

- رسیدن به یک فهم مشترک در مورد صنعت خودرو و تغییر رویکردها بر اساس این فهم مشترک اولین اولویت پیش روی ما است.
- اگر بپذیریم که نتیجه سیاست‌های گذشته، وضعیت نامطلوب امروز ما را پدید آورده است، نباید انتظار داشته باشیم تداوم آن سیاست‌ها نتیجه متفاوتی را در آینده برای ما رقم بزند.
- تعدد و گستردگی نهادهای تصمیم‌گیر حاکمیتی با منافع مختلف در عرصه خودرو امکان راهبری واحد و پیگیری یک برنامه را برای این صنعت سلب کرده است و هیچ حوزه‌ای قادر به گرفتن تصمیم‌های بزرگ و سخت نیست.
- با وجود واگذاری سهام شرکت‌های خودروسازی، همچنان تصمیم‌گیری بنگاه در اختیار دولت باقی مانده و اقتصاد بنگاه در اولویت‌های پایین برای تصمیم‌گیران قرار دارد.
- مهمترین اصلاحات سیاستی اصلاح نظام قیمت‌گذاری خودرو همزمان با اصلاح نظام تعرفه برای افزایش رقابت است.
- سایر اقدامات مکمل در کوتاه‌مدت شامل هدایت سرمایه‌های سرگردان به شرکت‌های لیزینگی برای فروش اقساطی خودرو، افزایش تیراژ تولید، اعطای تنفس حداقل دو ساله به شرکت‌های خودروسازی برای بازپرداخت تسهیلاتشان و انتخاب مدیران توانمند و پایش برنامه‌های مدیران، می‌تواند به بهبود وضعیت این صنعت کمک کند.
- در بلندمدت نیز برنامه‌هایی از قبیل تعیین تکلیف شرکت‌های تو در تو، خصوصی‌سازی خودروسازها، تعامل با چند شرکت خودروساز از چند کشور متفاوت، توسعه خودروهای تجاری مانند اتوبوس، کامیون و تریلی، مکلف کردن خودروسازان برای رعایت تراز ارزی از طریق صادرات و ادغام شدن در بخشی از زنجیره تولید جهانی، می‌تواند گام‌های مناسبی برای پیشرفت و توسعه این صنعت باشد.

نشست "سیاست‌گذاری در صنعت خودرو" با سخنرانی دکتر سید فرشاد فاطمی (عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی شریف) و با حضور سعید مدنی (مدیر عامل اسبق سایپا)، محمدرضا شیخ عطار (مدیر توسعه صنایع ریلی و خودرو سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران) و میلاد بیگی (پژوهشگر مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی) به عنوان عضو پنل و با شرکت جمعی از کارشناسان و علاقه‌مندان در تاریخ ۱۴۰۰/۰۹/۱۵ به صورت آنلاین برگزار گردید.

## دکتر علی متوسلی

ما دهه‌ای پرخبر را در صنعت خودرو سپری کرده‌ایم. اوایل دهه ۱۳۹۰، کشورمان دور اول تحریم‌ها را تجربه کرد و به تبع آن کاهش تولید صنعت خودرو و در نتیجه جهش قیمت‌ها را شاهد بودیم. در دور اخیر تحریم‌ها که از سال ۹۷ وضع شد و به دنبال آن شرکای خارجی صنعت خودرو از کشور خارج شدند نیز مجدداً همین سناریوی کاهش تولید و افزایش قیمت را شاهد بودیم و فاصله‌ای قابل توجه بین قیمت کارخانه و قیمت بازار آزاد خودرو بوجود آمد و بحث‌هایی به دنبال آن شکل گرفت. بحث‌هایی پیرامون اینکه سیاست‌گذار در قیمت‌گذاری خودرو چگونه عمل کند و در سیاست تجاری این صنعت، به طور خاص اعطای مجوز واردات، دولت چه باید بکند. علیرغم اینکه به هر دو موضوع به عنوان آیتم‌های اصلی در صنعت خودرو به طور مفصل پرداخته شده ولی بنظر می‌رسد همچنان موضوعاتی باز برای علاقه‌مندان و سیاست‌گذاران هستند. شاهد بودیم که در مورد قیمت خودرو در آبان ماه تصمیمی گرفته و بعد لغو می‌شود که نشان‌دهنده یک تردید در سیاست‌گذاری در این حوزه است. در حوزه واردات خودرو هم مجلس طرحی را می‌گذراند و در مراحل بعدی این مصوبه به نحوی متوقف می‌شود.

به طور کلی به نظر می‌رسد افرادی که در مورد قیمت‌گذاری و سیاست تجاری واردات خودرو صحبت می‌کنند دو دیدگاه اصلی دارند. از یک طرف، موضوع رفاه مصرف‌کننده‌هایی است که با توجه به بودجه‌ای که دارند باید به استفاده از خودروهای داخلی بسنده کنند و از طرف دیگر، اشتغال و تولید داخلی در این حوزه است که سیاست‌گذار نگران آن است. خودروسازی در ایران، صنعتی با اشتغال بالا نسبت به سایر صنایع است و ارتباط بین بخشی قابل توجهی هم دارد. بنابراین سیاستی که این صنعت را کوچک کند در حوزه تولید و اشتغال هم تبعات منفی خواهد داشت. اما در نهایت سوال این است که سیاست صنعتی و تجاری مناسب برای خودروسازی کشور چیست؟

## دکتر سید فرشاد فاطمی

اگر به سابقه صنعت خودروسازی خود نگاه کنیم تصویری متضاد را می‌بینیم. از یک طرف، خودروسازی ما توانایی تولید یک میلیون خودرو در سال را دارد که پتانسیلی قابل توجه برای کشوری در اندازه ما است. به علاوه، صنعت خودروسازی ما اشتغال‌زایی بالایی دارد و چند ده هزار نفر در خطوط تولید، قطعه‌سازی و زنجیره خدمات پس از فروش مشغول به کار هستند. از طرف دیگر، به ساختار بازار خودرو که نگاه کنیم، یک ساختار بازار با تمرکز خیلی بالا را می‌بینیم که تصدی شدید دولت در ۵۰ سال گذشته در آن مشهود است. همچنین نه تنها در مورد کیفیت خودروهای داخلی ممکن است چه از لحاظ استانداردهای ساده محیط زیستی و چه از نظر کیفیت مطلوب مشتریان ملاحظاتی باشد، بلکه بنظر نمی‌رسد که در کوتاه‌مدت چشم‌اندازی برای دستیابی به تکنولوژی روز خودرو در دنیا داشته باشیم. بنابراین ما در بازار خودرو از نظر کمی توانسته‌ایم خودرو را تامین کنیم اما از نظر

کیفیت و تکنولوژی همچنان نقصان جدی وجود دارد. حال اگر موضع قیمت را به این مجموعه بیفزاییم و بخواهیم قیمت تولید داخل را با معیارهایی با قیمت خودروهای تولیدی در دنیا مقایسه کنیم، بحث‌های زیادی بوجود می‌آید.

نکته اساسی که باید به آن توجه کرد این است که خودروسازی دیگر صنعتی نیست که مربوط به یک کشور باشد. امروزه خودروسازی بیشتر صنعتی مربوط به شرکت‌های بزرگ است. بنابراین نگاه ما به خودرو به عنوان یک صنعت کشوری ممکن است زاویه دید درستی نباشد.

ممکن است با آمارهای تولید، اشتغال و ... از صنعت خودروسازی در ایران دفاع کنیم، اما وضعیت تکنولوژی و کیفیت محصولات این صنعت چندان قابل دفاع نیست. نکته اساسی که در اینجا وجود دارد آن است که ما صنعت خودروسازی خود را به شیوه‌های مختلف در ۵ یا ۶ دهه گذشته پیش برده‌ایم و وضعیتی که اکنون در آن قرار داریم نتیجه راهبری ما در این زمینه است. اگر نتیجه آن سیاست‌ها وضعیت امروز است، نباید انتظار داشته باشیم تداوم آن سیاست‌ها در آینده نتیجه متفاوتی برای ما رقم بزند.

حال باید دید از دیدگاه اقتصادی چه قدم‌هایی رو به جلو می‌توان برداشت. اول اینکه تمرکز تولید خودروی ما در دست چند تولیدکننده است. آنها علاوه بر اینکه در سطح مدیریتی یا در سطح سهامداری دولت با یکدیگر هماهنگ می‌شوند، همواره قادر بوده‌اند ممنوعیت‌های قابل توجه برای ورود مستقیم رقبای خارجی چه به صورت واردکننده و چه به صورت تولیدکننده، اعمال کنند. شورای رقابت هم تجربه موفقی برای کاستن از انحصار این صنعت نداشت و باید در آن بازنگری کرد. به این ترتیب که تنها راه کاستن از انحصار، تنظیم بازار خودرو در داخل کشور نیست. در ابعاد کشور ما تصور یک بازار رقابتی برای خودروسازی با توجه به تنوع محصولات، تنوع تکنولوژی و تفاوت نیازهای مشتریان، محال است. بنابراین برای اینکه از طریق رقابت بین خودروسازها رفاه مصرف‌کننده افزایش پیدا کند، باید بازار خودرو داخلی در ارتباط با بازار خودروسازی جهانی قرار گیرد. ارتباط هم فقط از دو طریق ممکن است؛ یا باید خودروساز ما جهانی شود که بتواند صادرات انجام دهد و از آن طریق قیمت مشخص شود، یا باید واردات آزاد شود. اما بهتر آن است که هر دو این موارد با هم اتفاق بیفتد. البته برای پیشرفت خودروسازی در سطح جهان راه حل این نیست که ما صادرات و واردات کنیم، راه حل اصلی احتمالاً آن است که ما بخشی از زنجیره جهانی تولید خودرو شویم.

روش فکر کردن ما در مورد ارتباط خودروسازی ما با دنیا باید تغییر کند و باید برای دوران پس از تحریم فکر کرده باشیم. یکی از کارهایی که می‌توانستیم بعد از برجام و برداشته شدن تحریم‌ها انجام دهیم این بود که شورای رقابت قیمت‌های ثابت را مشخص کند و تغییر قیمت خودرو را تنها به دو روش مجاز بداند. روش اول اینکه تعرفه صادرات را در کلاس‌هایی ویژه با شتاب زیاد کاهش دهیم و دست خودروساز را در تعیین قیمت محصولات در آن کلاس‌ها باز بگذاریم. در روش دوم، هر خودروساز داخلی که توانست ۵۰ درصد از ظرفیت یکی از خط‌های تولیدش را صادر کند و برای تولید از حمایت داخلی استفاده نکند، مجاز خواهد بود که محصول خود را در داخل کشور تا ۵ درصد گران‌تر از قیمت صادراتی‌اش به فروش برساند. این دو کار خودروساز را در رقابت با سایر خودروسازها در دنیا قرار می‌داد و او را مجبور به اعمال اصلاحات و تغییرات مثبت می‌کرد و موجب افزایش تعامل با دنیا، ورود تکنولوژی به کشور و افزایش کیفیت تولید می‌شد.

بنا بر آنچه گفته شد، ما نیاز به تغییر فهم خود در حوزه‌های سیاست‌گذاری، تولید و برنامه‌ریزی نسبت به صنعت خودرو داریم. به نظر می‌رسد که ما در نهایت احتیاج به یک قانون جامع خودرو داریم که حاصل تغییر فهم و سیاست‌گذاری در صنعت خودرو باشد. هر راهی به جز این راه ممکن است که ما را همچنان در یک دور باطل قرار دهد که همواره تلاش کنیم تکنولوژی دنیا را

بدست بیاوریم و قیمت را در سطحی نگه داریم که مصرف‌کننده راضی باشد و این تلاشی است که ما در طی پنج دهه گذشته کردیم و راه‌حلهایی را ارائه دادیم که نتایج مطلوبی به بار نیاورده‌اند و ما اکنون به صنعت خودرو خود نمی‌بالیم.

## محمد رضا شیخ عطار

خودروسازی در ایران در دهه ۷۰ خورشیدی رشد خوبی از لحاظ تیراژ، سرمایه‌گذاری، ورود تکنولوژی و ارتقای سطح قابلیت‌های فنی در صنایع خودروسازی و قطعه‌سازی داشت. ولی آنچه که در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ اتفاق افتاد مانند وضع تحریم‌ها و سیاست‌هایی که اصرار بر قیمت‌گذاری داشت، عملاً این صنعت را به شرایط بحرانی رساند. اکنون بالغ بر ۷۰ یا ۸۰ هزار میلیارد تومان زیان انباشته داریم و شرکت‌هایی وجود دارد که با کمتر از ۵۰ درصد ظرفیت خود کار می‌کنند. محصولات ما داریم که قابلیت صادرات ندارند و در بازار رقابتی حرفی برای گفتن ندارند. چرا چنین اتفاقی افتاد؟ علت آن را باید در سیاست‌هایی که در حوزه بنگاه‌داری اعمال کردیم جستجو کرد. ما در شرکت‌های خودروسازی ثبات مدیریت نداشتیم؛ مرزهای حوزه مالکیت را با مدیریت تفکیک نکردیم؛ منافع سهامدار را ندیدیم و معضلاتی که برای خودروساز ایجاد کردیم عملاً خارج از عهده افراد بود. یعنی هر فردی که وارد این شرکت‌ها شود مسیری معین را طی می‌کند و خودروساز را به یک زبانی تحویل گرفته و با یک زبان بیشتر تحویل خواهد داد.

در سال ۱۳۹۵ تقاضا برای خودرو آنقدر بود بیشتر از طریق اقساطی به فروش می‌رفت. اما چرا در سال ۱۳۹۹ تمایل برای خرید خودرو افزایشی چشمگیر داشت؟ وقتی در بازارهایی مانند مواد غذایی و پوشاک، قیمت کالا و خدمات طبق سیستم عرضه و تقاضا واقعی می‌شود، چرا در بازار خودرو هر بار ۴ میلیون نفر برای خرید خودرو ثبت نام می‌کنند؟ اصرار بر سیاست تثبیت قیمت اگر در صنعت مواد غذایی رخ داده بود اکنون شاهد قحطی بودیم. ارزش خودرو در یک زنجیره شامل مواد اولیه، قطعه‌سازی و خودروسازی تعیین می‌شود که سهم خودروساز از آن تقریباً ۱۵ درصد است. آنچه تحت انحراف کیفی اتفاق می‌افتد اگر چه مربوط به برند خودروساز است اما باید توجه داشت که به کسانی ممکن است برگردد که ردی از آن‌ها در سیستم نیست. در گزارش بانک مرکزی آمده است که شاخص قیمت خدمات حدود ۴۰ برابر شاخص قیمت صنعت رشد داشته است. اصرار شورای رقابت در ثابت نگه داشتن قیمت‌ها منجر به تجمیع زیان خودروساز در این سال‌ها شد و در نتیجه انباشت سودی حاصل نشد تا از محل آن خودروساز بتواند به ارتقای تکنولوژی و ظرفیت و همینطور تحقیق و توسعه بپردازد. باید قیمت خودرو را بر اساس صورت‌های مالی، آزاد گذاشت و در آخر هر فصل مالی اگر صحت و اصالت دفاتر مالی خودروساز تایید نشد، تعزیرات به آن رسیدگی ویژه نماید. اگر قیمت خودرو آزاد شود از یک مسیر تعادلی بازار عبور می‌کند. یعنی کسی که خودرویی را از کارخانه می‌گیرد دیگر بخاطر تفاوت ناچیز قیمت کارخانه و بازار انگیزه‌ای برای فروش آن ندارد. به مرور زیان خودروساز تبدیل به سود می‌شود. نقدینگی خودروساز افزایش می‌یابد. ابزار چانه‌زنی خودروساز در قبال تامین‌کننده ارتقا پیدا می‌کند و حداقل توان ۲۰ درصد تخفیف در قیمت تمام شده برای خودروساز در خرید از قطعه‌ساز ایجاد می‌شود و خودروساز بابت توان مالی خوبی که دارد قدرت چانه‌زنی بابت کیفیت پیدا می‌کند. زمان گردش سرمایه کوتاه و نرخ خواب سرمایه کم می‌شود. حدود ۱۵۰ هزار خودرو رسوب کرده در پارکینگ‌ها هم به بازار وارد می‌شود. سپس نیاز بازار کاهش می‌یابد و خودروساز باید بتواند مزیت سرمایه‌گذاری برای محصولات جدید را به شکلی مناسب پیدا کند. همچنین هزینه‌های تمام شده را پایین بیاورد و نیروی انسانی رسوب کرده در شرکت‌ها را کاهش دهد. بنابراین یکی از اصلاحات حیاتی برای خودروساز، اصلاح قیمت‌ها است.

صنعت خودرو انحصاری نیست. برای ایجاد یک کارخانه خودروسازی حدود ۱۵ هزار میلیارد تومان یا نیم میلیارد دلار سرمایه‌گذاری لازم است اما به دلیل حاشیه سود پایین و قیمت‌گذاری دستوری کسی حاضر نمی‌شود چنین سرمایه‌گذاری را انجام دهد. باید همگی دست به دست هم دهیم که این صنعت را سر پا نگه داریم؛ نه بخاطر اشتغال نیروی انسانی بلکه بخاطر تامین نیازهای جامعه خودمان. حمل و نقل شهری و برون شهری ما فقیر است. همین الان در کل کشور حداقل به دو هزار اتوبوس نیاز داریم که خودمان می‌توانیم تامین کنیم. همچنین تولید خودروی برقی یک فرصت است که توسط آن کم‌کاری‌های گذشته را به دلیل جهش تکنولوژیکی که اتفاق می‌افتد جبران کنیم و در حوزه حمل و نقل تحول بزرگی ایجاد نماییم.

### سعید مدنی

صنعت خودرو تفاوت‌های زیادی با صنایع دیگر دارد. این صنعت از زیرساخت‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه تاثیر می‌گیرد و بر تمام آنها تاثیر می‌گذارد. اگر خودروسازی‌های ما با تمام ظرفیت خود کار کنند می‌توانند تا ۵ درصد از تولید ناخالص داخلی را تامین کنند. در این صنعت حدود ۴۰۰ هزار نفر به طور مستقیم و ۷۰۰ هزار نفر به طور غیر مستقیم اشتغال دارند. اگر تولید خودروی ما طبق افق ۱۴۰۴ می‌توانست به ۲ میلیون خودرو برسد و قیمت‌ها آزاد بود، دولت از محل ارزش افزوده و سودی که خودروسازها می‌بردند به راحتی می‌توانست بودجه مربوط به پارانه را تامین کند. بنابراین تاثیر اقتصادی و به دنبال آن تاثیر اجتماعی، سیاسی و فرهنگی این صنعت با توجه به اینکه تمام اقشار جامعه به نوعی درگیر آن هستند، بسیار بالاست.

اگر قرار باشد در شرایط فعلی که در وضعیت تحریم قرار داریم به کار در صنعت خودرو ادامه دهیم، اوضاع صنعت خودرو بهتر نخواهد شد. حتی اگر قیمت‌گذاری را اصلاح کنیم نیز رشد چندانی نخواهیم داشت. داشتن روابط با دنیا از نظر مسائل فنی و اقتصادی، عامل رشد خودروسازی خواهد بود. این صنعت، بدون صادرات، بدون تماس با شرکت‌های مهندسی و قطعه‌ساز بزرگ و بدون مشارکت آن‌ها رشد نخواهد کرد. در بسیاری از کشورهای جهان، سیاست از اقتصاد تاثیر گرفته و به کمک سیاست، شرایط و فضای کسب و کار و ارتباطات بین‌المللی را بهبود می‌بخشند. اما در ایران همه چیز تحت تاثیر مسایل سیاسی و به خصوص سیاست خارجی ما است و این موضوع باعث توقف ما در بسیاری از زمینه‌ها شده است.

علاوه بر آن، دولت با حمایت از دیگر صنایع مانند پتروشیمی، فولاد، آلومینیوم، روی و مس، مواد اولیه را ارزان در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد و آن‌ها کالای خود را با قیمت‌های جهانی صادر می‌کنند. اما برای صنعت خودروسازی وضعیت به گونه دیگری است. خودرو سازی در ایران مواد اولیه خود را گران تهیه می‌کند اما توسط دولت برای افزایش قیمت محصولاتش کنترل می‌شود و معمولاً اجازه افزایش قیمت به میزان درصدی از نرخ تورم به خودروساز داده می‌شود.

صنعت خودروی ما تا قبل از دولت نهم توسط مدیرکل خودرو در وزارت صنایع اداره می‌گشت و تمام مسائل خودروسازی را یک مدیرکل حل می‌کرد و صنعت خودرو روند خوبی را می‌گذراند. بعد از آن، رئیس‌جمهور، وزیر، معاون وزیر و ... در این صنعت دخالت کردند و شرایط امروزی را رقم زدند. چرا در این شرایط هیچ یک از ذینفعان شامل بنگاه، سهامدار، مشتری، بانک و قطعه‌ساز منتفع نمی‌شوند و یک پول هنگفت به صورت رادیکال آزاد و سرطانی‌ها به پیکره اقتصاد ما آسیب می‌زند و تعادل را در هر بازاری که وارد می‌شود بر هم می‌زند؟ اولین دغدغه مدیرعامل شرکت‌های خودروسازی ما تامین حقوق ماهانه کارکنانش است. و فرصت رسیدگی به مسائل دیگر را ندارد. سهامدار خودرو سودی نمی‌برد و به تبع، پول خود را خارج کرده و در جاهایی مانند خرید طلا، ارز و خودروی ثبت‌نامی سرمایه‌گذاری می‌کند که موجب بر هم زدن بازارها می‌شود. حداکثر ۱۵ درصد از

مشتریان و مصرف‌کنندگان خودرو موفق می‌شوند از طریق قرعه‌کشی به خودرو برسند و بقیه مصرف‌کننده واقعی نیستند و به هیچ وجه هم حاضر نیستیم این تقاضای کاذب را از بین ببریم. با آنکه بانک‌ها بیشترین سود را در این شرایط برده‌اند اما آنها نیز نگران از بین رفتن تسهیلاتی که به خودروسازان داده‌اند هستند. قطعه‌سازها هم عمدتاً چاره‌ای ندارند جز اینکه هزینه و سود پول ناشی از تاخیر پرداخت‌هایشان را روی قیمت تمام شده بکشند.

مسئله دیگر شورای رقابت است که سال‌ها به عنوان انحصار از افزایش منطقی قیمت خودرو جلوگیری کرده و به سرمایه‌گذاری در این صنعت را با تردید روبرو کرده است. اکنون که شورای رقابت با افزایش قیمت خودرو موافقت کرده است نیز بلافاصله جلوی این افزایش قیمت گرفته شده و مسئله به ستاد تنظیم بازار سپرده شده است. اول اینکه ستاد تنظیم بازار هنوز بسیاری از مسائل مربوط به مواد غذایی را حل نکرده است. دوم اینکه ستاد تنظیم بازار چه اهمی برای تنظیم بازار خودرو در اختیار دارد؟ آیا می‌تواند برای تنظیم بازار، واردات انجام دهد؟ آیا می‌تواند قیمت نهاده‌های بالادستی و هزینه تمام شده را پایین بیاورد؟ آیا می‌تواند ارزش مورد نیاز را با قیمت ترجیحی تامین کند؟

در پایان به طور مختصر به کارهایی که برای خارج شدن این صنعت از وضع موجود باید کرد می‌پردازیم. در کوتاه‌مدت اقداماتی شامل ۱- اصلاح نظام قیمت‌گذاری (قیمت حاشیه بازار)، ۲- هدایت سرمایه‌های سرگردان به شرکت‌های لیزینگی برای فروش اقساطی خودرو، ۳- افزایش تیراژ تولید، ۴- اعطای تنفس حداقل دو ساله به شرکت‌های خودروسازی برای بازپرداخت تسهیلاتشان و ۵- انتخاب مدیران توانمند و پایش برنامه‌های مدیران، می‌تواند امید را در قطعه‌سازی و خودروسازی ما ایجاد کند تا با تلاش و فعالیت بیشتر در جهت اهداف خود گام بردارند. در بلندمدت نیز با برنامه‌هایی از قبیل ۱- تعیین تکلیف شرکت‌های تو در تو، ۲- خصوصی‌سازی خودروسازی‌ها، ۳- تغییر رویکرد در شرکت‌های خودروسازی و استفاده از پلتفرم‌های ملی و داخلی و استفاده از برند داخلی و تعامل با چند شرکت خودروساز از چند کشور متفاوت، ۴- هدف‌گذاری تولید ۳ میلیون خودرو برای اینکه تولید توجیه اقتصادی داشته باشد، ۵- توسعه خودروهای تجاری مانند اتوبوس، کامیون و تریلی و ۶- مکلف کردن خودروسازان برای ایجاد تراز ارزی مناسب از طریق صادرات، می‌توان به پیشرفت و توسعه این صنعت امیدوار بود.

## میلاد بیگی

مسئله قیمت‌گذاری خودرو بعد از تحریم‌های سال ۱۳۹۷ به یکی از چالشی‌ترین مسائل صنعت خودرو تبدیل شده است. اما اگر به ۱۰ یا ۱۵ سال قبل برگردیم که قیمت‌گذاری خودرو مسئله نبود، باز هم شاهد نارضایتی‌ها از این صنعت هستیم و همچنان صنعت خودرو از آنچه باید به آن می‌رسیده فاصله داشته است. اساساً خودرو در حافظه تاریخی مردم موضوع مثبتی نبوده است. البته این به معنی نفی دستاوردهای بزرگ این صنعت نیست. چرا که صنعت خودرو در مقایسه با اکثر صنایع ما کارنامه قابل دفاع‌تری دارد.

سطوح اصلی مسائل شکل‌دهنده وضعیت فعلی صنعت خودرو شامل سه سطح ۱- ساختار رابطه حاکمیت با بنگاه و حاکمیت شرکتی، ۲- شرایط بازار ناشی از سیاست‌های صنعتی و ۳- مسائل در سطح شرکت‌های خودروسازی است.

نگاهی به رابطه حاکمیت با بنگاه‌های خودروسازی نشان می‌دهد که نهادهای تصمیم‌گیر حاکمیتی در عرصه خودرو بسیار گسترده و متعدد است و بیش از ۲۰ نهاد در این عرصه حضور دارند و هر کدام از این هادها ساختار و منافع مختلفی دارند و در طول زمان بیشتر هم شده‌اند. به طور مثال از سیاست‌های تعرفه‌ای برای بهره‌مندی خودروساز از عواید ناشی از انحصار استفاده نمودیم ولی در مقابل آن، شورای رقابت را وارد ساختار تصمیم‌گیری کردیم که از اساس، فلسفه وجودی آن جلوگیری از عواید

ناشی از انحصار در صنعت خودرو بود. همچنین سازمان ملی استاندارد را داریم که استانداردهایی را برای صنعت خودرو تدوین می‌کند بدون اینکه این استانداردها الزاما با وضعیت توسعه صنعت خودرو و برنامه آن ارتباطی داشته باشد. مشکلی که این ساختار گسترده ایجاد می‌کند این است که امکان برنامه‌ریزی و راهبری واحد و پیگیری یک برنامه برای این صنعت را سلب می‌کند. به علاوه، امکان تصمیم‌گیری‌های بزرگ و سخت برای این صنعت سلب می‌شود و هیچ حوزه‌ای حاضر به گرفتن تصمیم‌های سخت و هزینه‌دار نخواهد بود و دیگر حوزه‌ها هم آن را از گرفتن تصمیم باز می‌دارند.

بحث دوم در رابطه حاکمیت با بنگاه‌های خودروسازی، موضوع حاکمیت شرکتی بنگاه‌های خودروسازی ما است. در ابتدای انقلاب تمامی بنگاه‌ها در اختیار دولت بود ولی به دلیل گفتمان سیاسی - امنیتی که در کشور حاکم است با اینکه در ادامه، شروع به واگذاری سهام شرکت‌های خودروسازی کردیم اما در هر دوره طراحی‌هایی صورت گرفت که عملا تصمیم‌گیری بنگاه همچنان در اختیار دولت باقی ماند و اقتصاد بنگاه در اولویت‌های پایین برای تصمیم‌گیران قرار گرفت.

سطح دوم تاثیرگذار بر وضعیت صنعت خودرو شرایط بازار شکل گرفته توسط سیاست‌های صنعتی است. از جمله این سیاست‌های صنعتی می‌توان به تعرفه واردات قطعات خودرو، تعرفه واردات خودرو، سیاست برقراری انحصار، قیمت‌گذاری خودرو، استانداردهای خودرویی و همچنین حمایت‌های مالی دولت، اشاره کرد. مجموعه سیاست‌های بکار گرفته شده در ایران منافع اقتصادی خودروساز را در این قرار داده است که مدل‌های قدیمی خود را از خط تولید خارج نکند؛ کیفیت محصولاتش را کاهش دهد؛ سراغ طراحی پلتفرم و تحقیق و توسعه نرود و دغدغه‌ای برای جلب رضایت مشتری نداشته باشد. برای مثال تعرفه واردات قطعات خودرو به گونه‌ای وضع شده است که هر چقدر داخلی‌سازی بیشتر می‌شود، نرخ رشد تخفیف واردات کمتر می‌گردد. در نتیجه سطح داخلی‌سازی بیش از ۴۰ درصد بالا برود، صرفه اقتصادی ندارد. همچنین تعرفه واردات خودرو که عموما متاثر از شرایط ارزی کشور است موجب شده که خودروساز رقیبی را برای خود نبیند. در کنار آن، سیاست قیمت‌گذاری خودرو، به ویژه در دهه ۱۳۹۰ با آمدن شورای رقابت، ترجیح خودروساز را بر کاهش کیفیت محصولات برای افزایش سودآوری قرار داده است. با نگاهی به سیاست‌های صنعتی کشورهای دیگر مانند کره جنوبی، هند و چین می‌توان دریافت که سیاست‌های تعرفه‌ای همراه با سیاست‌های مکمل تشویقی و تنبیهی، شرکت‌های خودروساز در این کشورها را به سمت رقابتی شدن و صادراتی شدن سوق داده است و اساسا اگر اقتصاد سیاسی بر صنایعی که سیاست‌های صنعتی اعمال می‌شود، نتواند متحمل سیاست‌های مکمل باشد، نباید از سیاست‌های تعرفه‌ای انتظار ویژه‌ای برای بهبود داشت.

در سطح سوم نیز که مربوط به مسائل داخل بنگاه اقتصادی می‌شود، مسئله فساد و عدم شفافیت در فروش از جمله مسائلی است که نیاز به بحث و توجه به ابعاد مختلف آن دارد.